

纳米盒创始人兼 CEO 徐进: 深耕 K6 在线教育形式与内容齐头并进

近日,CET 教育科技大会在东京召开,探讨后疫情时代行业的变革与新生之路。纳米盒创始人兼 CEO 徐进首次亮相 GET 大会,带来了以时代科技、教育赋能为主题的主演讲。

在徐进看来,年初突如其来其来的疫情,让很多家长开始尝试在线教育,行业渗透率和认知提高了。一波增长过后,对在线教学的质量和效果的质疑不断,不少线上教育的内容又重新回归线下,获客成本居高不下,复购成了难题。这些都说明行业并没有完全准备好迎接这么大规模的用户增长。

“优质的教育内容永远是模式创新的基础和前提,也是核心。离开了内容本身,离开了优质的课程本身,所有的模式只不过是内容的外壳,纳盒盒在努力寻求形式和内容的并重,齐头并进。”徐进表示。

(段光平)

童程童美孙莹: 如何发展面向数字时代的教育?

日前,在北京举办的 GET2020 教育科技大会上,童程童美首席教育官 SVP 孙莹在大会期间发表了主题为《预见未来 解码数字时代的教育》的演讲。

在孙莹看来,这个时代成长的中国孩子,从小就在接触不同的信息渠道,是互联网的“原住民”。如何让孩子理解信息的真伪,保持独立思考,并学会利用信息进行工作,是值得思考的问题。

孙莹认为,面向未来的教育,必须培养孩子的两种能力: 一种是人和信息相处的能力,第二人和计算机相处的能力。基于人和信息的相处能力,可以分解为四个部分: 第一部分就是信息的辨识与分析。第二部分是信息的调用与编辑的能力。第三部分是创新能力和创新思维,利用信息服务于自身的创造和创新过程。第四部分是信息的反馈与升级。

(段光平)

声网 Agora 仇媛媛: 用技术提升实时互动体验,赋能在线教育新玩法

疫情带来的“场景线上化”对于教育领域而言,是一场尤为强烈的变革。年初的停课不停学为教育行业带来流量红利。在线教育实时互动体验和玩法的重要性不亚于内容本身。

近日,声网 Agora 仇媛媛谈及疫情总结到:疫情期间,声网接到多家教育机构搭建在线平台的请求,3 月实时音视频调用量峰值增长高达 7 倍。凭借运维人员的日常演练经验和支持动态扩容的平台架构,声网顺利帮助众多客户平稳转线上。

仇媛媛认为,影响在线教育平台营收的核心指标是用户转化率、续费率和客户留存率,而支撑这些核心指标的根本指标是学习体验。实时互动体验的保证,是在线教育发展的根本。声网一直在用技术提升实时互动体验,赋能在线教育新玩法,但转到线上只是开始,质量和效率的提升,才能为行业带来更多可能。

(段光平)

小鹅通: 数字化工具 让在线化更简单

日前,在由芥末堆主办的“成联在源”GET2020 教育科技大会上,小鹅通联合创始人兼 COO 樊晓星做了主题为《小鹅通如何帮助教育机构打造私域运营的快车》的分享,从企业运营角度,内部协同等方面的变化,结合小鹅通的产品定位及发展做出解释。

据介绍,小鹅通平台上的注册用户数达到 130 万+,知识课程累计达到 1500 万个,微信生态内高端的终端用户数达到 6.8 亿,4 年中帮助客户变现共超过 110 亿,C 端用户在小鹅通平台上总在线学习人次 120 亿。

樊晓星表示,很多企业在线上开展自己的教育行为,目的是为了影响社群用户,影响合作伙伴及员工,来完成更好的商业价值传递。樊晓星认为,小鹅通是用一个数字化的工具,它帮助企业重新构建每一个组织跟用户之间,在公域与私域流量并存背景下的新商业模式连接方式。

冯翔飞在采访中称,在全国上下正在

江西南康家具打造新品牌矩阵 千亿产业“拼”升级

继 10 月下旬宣布新品牌计划全面升级后,拼多多迅速吹响中国家具行业品牌建设的“集结号”,江西南康成为首批试验田。近日,在南康家具新品牌计划大会上,拼多多副总裁陈秋表示:“未来五年,平台将联合南康优秀家具制造企业,通过‘反向定制、品销合一’的模式,帮助南康孵化 20 个十亿级家具品牌。”

对此,南康区副区长徐丽清表示热烈欢迎道:“通过这么项目的实施,我们希望拼多多能帮南康家具打造出更多知名品牌。”

南康位于江西赣州。去年,南康家具行业总产值超过 1800 亿元,已成为国内最大的实木家具制造基地。同时,南康家具产业带也是拼多多家具类目的重要货源地之一。据赣州市南康区电商协会统计,拼多多平台南康家具店铺超过 2000 家,2019 年成交额突破 100 亿元,涌现出联创世家、卡洛森、君圣马等一批家具新品牌。

先行者的成功和拼多多平台的崛起带动更多南康企业拥抱新品牌计划。日前,当地两大龙头企业汇明生态与团园家具亦宣布,将联手拼多多,分别打造家具新品牌“汇明创家”与“优居未来”。

千亿产业补短板

南康人做木匠的历史,最早可追溯到秦代,相传建造阿房宫的工匠中,就有不少“南康木匠”。上世纪 90 年代,部分在珠三角闯荡的南康人返乡创办家具厂。自此,南康家具开始“铺天盖地”式发展。一度,康家具的铁匠“都在当地随处可见”。

2012 年,在《国务院支持赣南等原中央苏区振兴发展的若干意见》的诸多政策支持推动下,明确支持发展南康家具产业。翌年,深圳家具研究开发院

在日前举行的四川省川商创新发展商会成立

四川大学校长李言荣谈创新发展与成果转化

在日前举行的四川省川商创新发展商会成立庆典上,中国工程院院长、四川大学校长李言荣致辞演讲,激情鼓舞四川人勤奋朴实,聪明智慧,敢想敢干,创新的理念和创新的精

神,在四川商界,在川商身上得以充分的体现,成立川商创新发展商会符合四川人的特点,顺应新时代的需要,意义重大,川商创新发展商会的成立,在四川乃至全国都是一个创举。

四川大学是一所文理医工都兼备的综合

性大学,近年来我们在搞好自身教学科研

工作的同时,也注意与地方经济,行业发展相

结合,川大有很强的教学科研优势,川大在研

项目名列全国重点大学前几位,但大部分成

果都没能转化,中国未来科技发展很大的商

机,就是高校科研院所的科技力量怎样与商

界搭建起有效的成果转化桥梁。

我们希望与各行各业的川商携手合作创新

发展,希望全国的川商共同努力,把川大建设

得更好,把川人的商会及会员企业发展得更

好!

(李言荣 何牧)

沙龙开始,康婷发表开场辞,她表示,企业的

发展也离不开每个人的努力,青年创业者应

在时代浪潮中有主人翁精神。在随后的分享

中,康婷就自己的创业历程做了简单介绍,并

向在场嘉宾分享了自己创业心得。

本次活动在热烈的掌声中圆满结束。(王方)

价值的事。她指出,创业者只有找到真正能

为企业创造价值的事,才能找到社会和市场。随

后,与会的各创业代表也纷纷发表各自创业经历中遇到

的问题和感悟,代表们和嘉宾积极交流,本

次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)



江西南康区人民政府与拼多多战略合作框架协议

长许柏鸣等人受邀参与制定南康家具产业发展规划。

“经过调研分析,我们当时给南康家具设立定位是全国大众市场实木家具产业品牌,提出要从品牌管理、服务、产品设计及高附加值四个方面进行产业提升,争取到 2020 年,主营业务达到 1200.37 亿元,年均增幅保持 20%以上。”

而实际情况是,在中央政策和地方政府的强力推动下,南康超额完成指标。截至目前,当地已形成拥有 10000 家家具企业、400 家物流企业、50 万从业人员的超大规模产业集群。而且,南康的木材年消耗量达到 1000 万立方米,已是全球橡胶木使用量最大的地区。

但产业规模不断扩大的另一面是,南康家具产业陷入了同质化和低价竞争的境地。由于缺乏叫得响的知名品牌,当地企业只能基于生产成本展开价格战。尽管南康区政府通过开展包括设立南康家具区域品牌、引进外部研发机

构,提供产品设计补贴等一系列举措,帮助产业升级;但对于企业创自主品牌,却有心无力。

团园家具的发展路径就是南康家具产业的缩影。依据 19 万元和一小作坊起家,罗海龙从生产厂家配件开始一路做大,如今工厂产值超过 6 亿元,但依然没能打造出自己的品牌。

拼多多新品牌计划落户南康,对于当地企业而言,机遇难得。“一方面帮助企业研发和销售产品,另一方面推动企业创自主品牌,南康家具可借此实现高水平发展。”许柏鸣说。

目前,拼多多已成为南康家具发展的主要线上阵地。“南康做家具的企业今年几乎都入驻了拼多多”,赣州市南康区家具电商协会会长刘晖表示。

以拼多多为代表的新电商崛起为部

分南康家具企业提供了弯道超车的机会。新品牌代表企业联创世家创始人毛

晶晶出身草根,但他凭借高超的成本控制能力,通过一款极致性价比的中式实木沙发,成为拼多多上半年销量 2 亿元的行业黑马。

同时,新电商也为传统家具企业创造了线上转型的机遇。此次加入新品牌计划的汇明生态,其母公司的家具产品长期出口欧美,年销售额超过 10 亿元。今年年初,公司董事长曾瑞福联合国内顶尖运营团队,发力拼多多,打造新品牌“汇明创家”。

据业内人士分析,家具行业的电商渗透率已超过 15%。随着年轻人群成为主力购买人群,网络购物正性和体验性的持续提升,家具电商将迎来爆发期。而下沉市场基本盘以及家具类目三位数的年增长率,强势吸引南康企业积极布局。

面对商家的期待,陈秋称,平台除了深入开展新品牌计划,帮助企业研发新产品,培育新品牌之外,还将推出针对家具行业的三大举措。

首先,将进一步鼓励商家突破品类限制,以高颜值家居产品带动相关家具产品销售;其次,将把工厂资源与不断完善的线下服务能力开放给所有合作企业;此外,还将通过流量扶持及提供创新型营销工具,降低优秀家具制造企业的运营难度。

“南康是革命老区,它的建设不仅需要政府的宏观指引,更需要找准新的引擎。而新电商平台可以成为南康家具转型升级的抓手,借此打通区域经济发展的堵点、断点和痛点,推动产业集群朝着智能化、品牌化的方向再上新台阶。”南昌大学教授、江西产业研究所所长郭明晖表示。

(中新网)

价值的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

分南康家具企业提供了弯道超车的机会。新品牌代表企业联创世家创始人毛

晶晶出身草根,但他凭借高超的成本控制能力,通过一款极致性价比的中式实木沙发,成为拼多多上半年销量 2 亿元的行业黑马。

同时,新电商也为传统家具企业创造了线上转型的机遇。此次加入新品牌计划的汇明生态,其母公司的家具产品长期出口欧美,年销售额超过 10 亿元。今年年初,公司董事长曾瑞福联合国内顶尖运营团队,发力拼多多,打造新品牌“汇明创家”。

据业内人士分析,家具行业的电商渗透率已超过 15%。随着年轻人群成为主力购买人群,网络购物正性和体验性的持续提升,家具电商将迎来爆发期。而下沉市场基本盘以及家具类目三位数的年增长率,强势吸引南康企业积极布局。

面对商家的期待,陈秋称,平台除了深入开展新品牌计划,帮助企业研发新产品,培育新品牌之外,还将推出针对家具行业的三大举措。

首先,将进一步鼓励商家突破品类限制,以高颜值家居产品带动相关家具产品销售;其次,将把工厂资源与不断完善的线下服务能力开放给所有合作企业;此外,还将通过流量扶持及提供创新型营销工具,降低优秀家具制造企业的运营难度。

“南康是革命老区,它的建设不仅需要政府的宏观指引,更需要找准新的引擎。而新电商平台可以成为南康家具转型升级的抓手,借此打通区域经济发展的堵点、断点和痛点,推动产业集群朝着智能化、品牌化的方向再上新台阶。”南昌大学教授、江西产业研究所所长郭明晖表示。

(中新网)

价值的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

价值的的事。她指出,创业者只有找到真正

能为企业创造价值的事,才能找到社会和市场

。随后,与会的各创业代表也纷纷发表各自

创业经历中遇到的问题,代表们和嘉宾积极

交流,本次活动在一片祥和的氛围中结束。

(王方)

全渠道营销 + 明星流量加持 揭秘大自然地板的创意营销法则

近日,大自然地板完成了一场漂亮的营销战,围绕“明星带你抢工厂”传播主题,携手明星张继科、田亮输出创意趣味的营销内容,一举俘获年轻群体的认同,实现品牌声量与销量的双丰收。

这其中,究竟蕴藏着大自然地板怎样的营销创意之道?

全渠道营销模式,线上线下互融增量

如今,随着社会经济与科技的发展,消费环境与传播渠道不断发生变化,消费者对信息的接触习惯,以及购买决策的路径也相应改变。为了让“明星带你抢工厂”活动发挥最大势能,大自然地板采用全渠道营销模式,形成线上+线下双向联动的共振效果,也实现了活动流量的多管齐下。

回望本次活动,其中一个突出亮点是“全”,“全”也体现在渠道覆盖与对用户的选择上。大自然地板根据新一代消费群体的接触习惯,线上强势种草引流。在传播形式与平台的選擇上,既兼具了短视频、长图文、直播等形式,在社交媒体投放消费者感兴趣的内容,占领消费者心智,将公域流量与私域流量有效结合。

同时,线下进行活动强曝光,全面覆盖建材市场,高效承接流量;在家居大卖场、建材市场、高铁站、小区电梯、公交车

药发展十分有利。中药作用机理复杂,病症严重程度、身体状况、用药条件、联合用药等情况不同,对药效的发挥和治疗效果都有影响。此外,中医讲究“辨证施治”,同病异治、异病同治,如果没有专业的健康服务作为支撑,容易出现“药不对症”的情况。比如两个人都肚子疼,病症一样,但一个是因为饮食所致,要泻除积食,而另一个是感受寒邪所致,要保温祛风寒,如果不能针对性地用药,很可能就会没有效果。

因此,近年广誉远加快了大健康服务的布局。一是与全国大型医药连锁合作,通过开展驻站培训、金牌管理师培训、“好中药”公益计划、中医药义诊等活动,为医药连锁专业化赋能,提升终端药店的专业化服务能力。

二是重点打造互联网医疗服务平台——知了有方,以互联网“中医问诊”线上服务为突破口,以互联互通的线下“共享诊室”服务为核心,形成线上“知了有方”云服务平台,线下遍布全国的广誉远内部医馆和外部合作医疗机构的诊室,线上线下联动的中医服务体系,从而打造药店、医师、共享诊室组合的全新零售模式。

产品是健康服务的载体,也是入口。广誉远希望通过产品作为载体,整合线上线下资源,为更多个人、家庭和团体提供中医健康养生和治疗解决方案,成为高品质产品服务综合提供商。

在传统的医药营销思维里,渠道意味营销,因此医药企业会想尽办法进入各种渠道销售。但随着渠道多元化,销售渠道的功能也产生了变化。张斌提到:“现在的销售渠道已逐渐从销售渠道向传播渠道转变。”

随着生活水平提高,人们的健康需求越来越多元化、个性化,单纯的产品已无法满足市场需求。这将推动制药企业的角色发生变化,从单纯的生产者逐步向健康服务提供商转变,输出的不再是单一的产品,而是个性化的健康解决方案。广誉远董事长张斌认为,未来的产品将迎来交付用户价值的主体向专业健康服务的载体转变。

这种转变是多赢的。对于广大消费者而言,他们不仅可以获得健康产品,还有多元化、个性化、专业化的综合健康解决方案。治病是一环,专业健康服务将帮助人们获得更好的治疗体验和效果。对于制药企业而言,他们将深度参与健康服务生态链,从而极大地提升自身品牌价值和发展空间。

产品成为服务载体,对于推动中医

渠道变成传播通路

在传统的医药营销思维里,渠道意味营销,因此医药企业会想尽办法进入各种渠道销售。但随着渠道多元化,销售渠道的功能也产生了变化。张斌提到:“现在的销售渠道已逐渐从销售渠道向传播渠道转变。”

随着生活水平提高,人们的健康需求越来越多元化、个性化,单纯的产品已无法满足市场需求。这将推动制药企业的角色发生变化,从单纯的生产者逐步向健康服务提供商转变,输出的不再是单一的产品,而是个性化的健康解决方案。广誉远董事长张斌认为,未来的产品将迎来交付用户价值的主体向专业健康服务的载体转变。

这种转变是多赢的。对于广大消费者而言,他们不仅可以获得健康产品,还有多元化、个性化、专业化的综合健康解决方案。治病是一环,专业健康服务将帮助人们获得更好的治疗体验和效果。对于制药企业而言,他们将深度参与健康服务生态链,从而极大地提升自身品牌价值和发展空间。

产品成为服务载体,对于推动中医

渠道变成传播通路

在传统的医药营销思维里,渠道意味营销,因此医药企业会想尽办法进入各种渠道销售。但随着渠道多元化,销售渠道的功能也产生了变化。张斌提到:“现在的销售渠道已逐渐从销售渠道向传播渠道转变。”

随着生活水平提高,人们的健康需求越来越多元化、个性化,单纯的产品已无法满足市场需求。这将推动制药企业的角色发生变化,从单纯的生产者逐步向健康服务提供商转变,输出的不再是单一的产品,而是个性化的健康解决方案。广誉远董事长张斌认为,未来的产品将迎来交付用户价值的主体向专业健康服务的载体转变。

这种转变是多赢的。对于广大消费者而言,他们不仅可以获得健康产品,还有多元化、个性化、专业化的综合健康解决方案。治病是一环,专业健康服务将帮助人们获得更好的治疗体验和效果。对于制药企业而言,他们将深度参与健康服务生态链,从而极大地提升自身品牌价值和发展空间。

产品成为服务载体,对于推动中医

渠道变成传播通路

在传统的医药营销思维里,渠道意味营销,因此医药企业会想尽办法进入各种渠道销售。但随着渠道多元化,销售渠道的功能也产生了变化。张斌提到:“现在的销售渠道已逐渐从销售渠道向传播渠道转变。”

随着生活水平提高,人们的健康需求越来越多元化、个性化,单纯的产品已无法满足市场需求。这将推动制药企业的角色发生变化,从单纯的生产者逐步向健康服务提供商转变,输出的不再是单一的产品,而是个性化的健康解决方案。广誉远董事长张斌认为,未来的产品将迎来交付用户价值的主体向专业健康服务的载体转变。

这种转变是多赢的。对于广大消费者而言,他们不仅可以获得健康产品,还有多元化、个性化、专业化的综合健康解决方案。治病是一环,专业健康服务将帮助人们获得更好的治疗体验和效果。对于制药企业而言,他们将深度参与健康服务生态链,从而极大地提升自身品牌价值和发展空间。

产品成为服务载体,对于推动中医

渠道变成传播通路

在传统的医药营销思维里,渠道意味营销,因此医药企业会想尽办法进入各种渠道销售。但随着渠道多元化,销售渠道的功能也产生了变化。张斌提到:“现在的销售渠道已逐渐从销售渠道向传播渠道转变。”

随着生活水平提高,人们的健康需求越来越多元化、个性化,单纯的产品已无法满足市场需求。这将推动制药企业的角色发生变化,从单纯的生产者逐步向健康服务提供商转变,输出的不再是单一的产品,而是个性化的健康解决方案。广誉远董事长张斌认为,未来的产品将迎来交付用户价值的主体向专业健康